






15 stratégies innovantes, témoins de la diversité du secteur, plébiscitées par le jury des 12^{es} Trophées SPORSORA

SPORSORA, l'association des acteurs de l'économie du sport met depuis 12 ans à l'honneur les stratégies de marketing sportif les plus innovantes et les plus efficaces. À l'issue d'une matinée d'échanges organisée le **mercredi 16 décembre au siège de Generali**, les 18 experts du jury présidé par **Pierre Durand**, champion olympique de saut d'obstacles et ex-Président de l'INSEP, ont désigné trois finalistes dans chacune des cinq catégories représentées. Ces candidatures seront soumises à un vote sur internet de 1 000 professionnels du secteur du 5 au 23 janvier 2016.




Les lauréats ainsi que le Coup de cœur du jury seront dévoilés le **8 février 2016 au Théâtre de Paris**.

Les nommés de la 12^e édition des Trophées SPORSORA sont...




SPONSOR DE L'ANNÉE

-  **ACCORHOTELS** - Nouvelle marque, nouvel élan sponsoring
-  **CRÉDIT AGRICOLE** - La footballeuse est un footballeur comme les autres
-  **FDJ** - Sponsor engagé pour le sport




ACTIVATION

-  **BNP PARIBAS** - We Are Tennis Fan Academy
-  **IBM** - Activation digitale pour Roland-Garros
-  **RATP** - 10 ans sur la même ligne & La RATP se met à l'heure anglaise




STRATÉGIE MARKETING D'UN ACTEUR DE L'INDUSTRIE DU SPORT

-  **ADIDAS** - Future Arena, premier stade digital
-  **LACOSTE** - Campagne Lacoste LT12
-  **TECNIFIBRE** - Young Guns Contest

STRATÉGIE MARKETING D'UN DÉTENTEUR DE DROITS

-  **A.S.O.** - Adapter et enrichir la fan experience du Tour de France
-  **FF CYCLISME** - Organisation des Championnats du Monde Piste UCI
-  **FRANCE GALOP** - #FollowTreve

INNOVATION ÉDITORIALE ET DIGITALE

-  **LE TROT** - Hippodrome connecté
-  **SEATERS** - BNP Paribas Fortis
-  **WINEVEN** - 100% Sport

Cette sélection est représentative des grandes tendances du marketing sportif avec une part importante donnée à l'innovation souvent portée par le digital au service de l'expérience des fans, à la reconnaissance du naming et du sport féminin, à l'engagement et la responsabilité des sponsors, à notre capacité à organiser de grands événements sur notre territoire, tout cela grâce à des acteurs historiques et des start-up.

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com



Composition et réactions du jury :

Président : Pierre DURAND, champion olympique de saut d'obstacles et ex-Président de l'INSEP

- **Pascal AYMAR**, Responsable des Programmes Sport de l'EM Lyon
- **Marie-Dominique BAROSO**, Responsable sponsoring, événements et relations extérieures de GMF Assurances
- **Nathalie BOY DE LA TOUR**, Déléguée générale du FondaCtion du Football
- **Alain CAYZAC**, Senior advisor chez N+1 Corporate Finance France et ex-Président du Paris Saint-Germain FC
- **Guillaume DE MONPLANET**, Directeur général de adidas-Group France
- **Lorraine DELOISON**, Vice-présidente développement et relations publiques de Sport & Sponsoring Media Group
- **Bruno FRAIOLI**, Journaliste de Stratégies
- **Frédérique GALAMETZ**, Rédactrice en chef de L'Equipe
- **Benoît GILLES**, Responsable des animations sociétales et des événements de Generali
- **Boris HELLEU**, Enseignant-chercheur de l'Université de Caen Basse-Normandie
- **Benjamin MOREL**, Vice-président sénior de NBA Europe, Moyen-Orient et Afrique
- **Arnaud MOUROT**, Président de Pl4y International
- **Gaëtan MULLER**, Président délégué de l'ASVEL Lyon-Villeurbanne
- **Laetitia OLIVIER**, Directrice de la communication et du développement durable de la Française des Jeux
- **Frédéric ROY**, Rédacteur en chef de CB News
- **François VASSEUR**, Directeur marketing de la Fédération Française de Football (FFF)
- **Michel ZANY**, Président de la FIFAS et PDG de Cornilleau

Nathalie BOY DE LA TOUR, Déléguée générale du FondaCtion du Football :

« Il y a eu vraiment de très beaux dossiers, de très belles initiatives, extrêmement diverses, qui prouvent la vitalité du sport sur tous les domaines. »

Alain CAYZAC, Senior advisor chez N+1 Corporate Finance France et ex-Président du Paris Saint-Germain FC :

« Il m'a paru comme une évidence que le sponsoring était devenu maintenant une vraie discipline sophistiquée qui faisait appel à beaucoup d'intelligence. Le digital a renforcé cette tendance. Il y a toujours de la publicité, mais désormais aussi du hors-média et l'omniprésence des réseaux sociaux... »

Guillaume DE MONPLANET, Directeur général de adidas-Group France

« C'était un réel plaisir que d'être membre de ce jury et de partager ce moment avec des experts de l'industrie et des milieux sportifs, de confronter ses avis et ses opinions sur des réalisations et des initiatives de marques diverses. C'est précisément la diversité des initiatives proposées que je retiendrais en premier lieu : les différents angles que proposent les marques sur leurs activations et toujours la bonne idée qui fait la différence, au-delà des supports ou la façon dont elle est activée. »



© AFP / Jérôme Dominé

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



Benjamin MOREL, Vice-président sénior de NBA Europe, Moyen-Orient et Afrique :

« Les dossiers que nous avons étudié étaient d'une réelle qualité et avaient comme particularité d'avoir une véritable approche à 360° sur l'ensemble des activations de sponsoring, que ce soit l'aspect sociétal, le gain de notoriété, l'activation auprès des clients... Vraiment les dossiers étaient remarquables ! »

Michel ZANY, Président de la FIFAS et PDG de Cornilleau :

« D'excellents dossiers ont été présentés. Cela permet de constater si besoin en était, que le monde du sport est vraiment très large. Moi qui suis président de la FIFAS et qui travaille dans le monde de l'industrie du sport, je m'aperçois qu'on a affaire ici à un monde tout à fait complémentaire : c'est un constat qui va occuper nos réflexions en 2016 parce que je pense qu'on a énormément de liens à créer entre l'univers du sponsoring sportif et le monde de l'industrie du sport. »

Rappel des dates clés :

- **16 décembre 2015** : réunion du jury.
- **Du 5 au 23 janvier 2016** : trois nommés dans chacune des 5 catégories sont soumis au vote des professionnels du marché sur internet.
- **8 février 2016** : soirée des Trophées SPORSORA du Marketing Sportif au Théâtre de Paris.



© AFP / Jérôme Dominé

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT



Définition des catégories :

SPONSOR DE L'ANNEE

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a réussi, dans la durée, à développer le partenariat le plus en phase avec ses objectifs stratégiques ou tactiques. L'approche primée sera la plus créative, la plus transversale, la plus aboutie, la plus responsable et la plus respectueuse des valeurs de l'organisation sportive ou de l'athlète. Ce partenariat aura permis à l'organisation sportive ou à l'athlète d'accroître son rayonnement et sa visibilité, et à l'entreprise d'atteindre ses objectifs. Les entreprises dont le cœur de métier est le sport ne concourent pas dans cette catégorie réservée aux annonceurs.

STRATEGIE MARKETING D'UN DETENTEUR DE DROITS

Cette catégorie récompense le sportif ou l'organisation sportive, privée ou publique, qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficiente. Sera valorisé le détenteur de droits qui a réussi le mieux à se démarquer et à développer un ou plusieurs de ses marchés (ex : pratiquants, licenciés, spectateurs, sponsors, clubs, collectivités territoriales, médias etc.).

ACTIVATION

Cette catégorie couronne l'annonceur qui a mis en place l'activation d'une campagne de marketing sportif, média ou hors média, la plus originale, la plus responsable et la plus impactante (activation publicitaire, activation commerciale, activation digitale, communication interne etc.). Tout ou partie de l'activation peut être primée sans notion de durée. Cette catégorie concerne le marketing sportif au sens large; y compris l'ambush marketing.

INNOVATION EDITORIALE ET DIGITALE

Cette catégorie récompense aussi bien un média, un annonceur, un détenteur de droits ou un prestataire qui aura su développer un contenu éditorial original et impactant, une plateforme technologiquement innovante, un service ou un produit innovant en lien avec un événement sportif, une actualité, une pratique ou un(e) sportif(ve). L'innovation sera valorisée tant sur le fond que sur la forme. Elle aura servi aussi bien les intérêts de son auteur que ceux de son sujet et du (des) public(s) visé(s).

STRATEGIE MARKETING D'UN ACTEUR DE L'INDUSTRIE DU SPORT

Cette catégorie récompense une entreprise dont le cœur de métier est le sport (marque, industriel, distributeur) qui a déployé la stratégie marketing la plus créative, la plus aboutie, la plus responsable et la plus efficiente. Seront retenues les actions mises en place par des entreprises françaises, par des filiales françaises de marques internationales ou encore développées sur le territoire français. Sera valorisée l'entreprise qui a réussi le mieux à se démarquer, à être commercialement performante, à développer un ou plusieurs de ses produits, marchés ou réseau de distribution.

À propos de SPORSORA :

Le sport représente un enjeu social et sociétal majeur, et un moteur de croissance de l'économie. Conscients de leur responsabilité, les acteurs de l'économie du sport ont créé dès 1994 SPORSORA, une organisation interprofessionnelle au service de l'intérêt général. SPORSORA a notamment pour missions de favoriser le dialogue entre les parties prenantes, professionnaliser et développer l'économie du sport, et promouvoir le marketing sportif comme levier d'innovation, de management et de communication. SPORSORA regroupe aujourd'hui près de 200 membres (annonceurs, agences, médias, écoles et opérateurs du sport) et un réseau de plus de 600 experts. Pour connaître nos activités et adhérer à l'association : www.sporsora.com

CONTACT

Sophie de Busni – sophie.debusni@sporsora.com

01 70 91 55 14

Toute l'information sur www.sporsora.com

SPORSORA

L'ASSOCIATION DES ACTEURS
DE L'ÉCONOMIE DU SPORT